

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.AIA FINANCIAL (CABANG MAKASSAR)

Dennis The – 1000865275

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diprioritaskan bagi perusahaan jasa, sebab dengan kualitas jasa yang bagus akan menciptakan citra perusahaan yang bagus pula di mana pada akhirnya akan membuat konsumen menjadi loyal pada perusahaan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. Melalui analisa deskriptif kualitatif yang didukung data kuantitatif hasil uji kuesioner menggunakan *path analysis* model *trimming* dengan bantuan software SPSS 16.0, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) dari lima sub variabel kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*), hanya sub variabel *responsiveness* dan *assurance* yang memberikan pengaruh yang besar dan signifikan kepada citra perusahaan; (2) dalam hal dampaknya terhadap loyalitas konsumen, sub variabel *assurance* dan *emphaty* dan citra perusahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang besar dan signifikan. Mengingat sub variabel *assurance* memberikan pengaruh yang paling besar dalam pembentukan citra perusahaan dan loyalitas konsumen, penulis memberikan saran agar perusahaan terus memberdayakan sumber daya manusia yang handal dan berkualitas, lebih transparan terhadap kondisi keuangan dan modal perusahaan, dan lebih aktif melakukan kegiatan sosial.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Konsumen